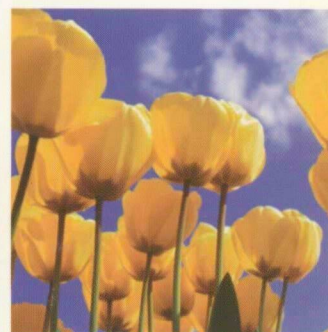


PERFIL DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA REGIÓN

BOGOTÁ - CUNDINAMARCA, CON ESTADOS UNIDOS



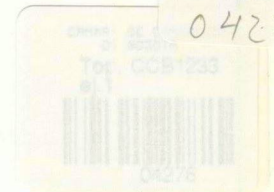
382.091
C17p3
Ej. 1

CB CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Por nuestra sociedad

Un aporte de los empresarios que se ve en todas partes

PERFIL DEL COMERCIO
EXTERIOR DE LA REGIÓN
BOGOTÁ-CUNDINAMARCA, CON
ESTADOS UNIDOS

382.091
C17 p3
Ej. 1
Salitre
04276



CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Por nuestra sociedad

Bogotá, D. C., diciembre de 2005

PERFIL DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA REGIÓN BOGOTÁ-CUNDINAMARCA, CON ESTADOS UNIDOS



ISBN. 958-688-129-6

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

María Fernanda Campo
Presidenta

Andrés López Valderrama
Vicepresidente Ejecutivo

María Eugenia Avendaño
Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

Jorge Omar Serrano Franco
Analista de Investigación

Oscar Javier Mendoza
Asistente de Investigación

www.ccb.org.co



 **CAMARA**
DE COMERCIO DE BOGOTÁ

Por nuestra sociedad

Bogotá, D. C., diciembre de 2005

十一



CONTENIDO

Presentación	6
Introducción	7
I. Bogotá-Cundinamarca, principal centro económico y empresarial de Colombia	9
II. Composición y características del comercio exterior de la Región con Estados Unidos	11
A. Importancia del comercio de la Región Bogotá Cundinamarca con Estados Unidos	11
B. Características de las exportaciones de la Región hacia Estados Unidos	12
C. Características de las importaciones de la Región provenientes de Estados Unidos	14
D. La balanza comercial con Estados Unidos	16
III. Principales competidores de las exportaciones de la Región en Estados Unidos	17
IV. Condiciones de acceso al mercado de Estados Unidos	20
A. Condiciones arancelarias	20
B. Principales ventajas para exportar a Estados Unidos	22
C. Principales problemas para exportar a Estados Unidos.	23
D. Infraestructura y costos de transporte	24
V. Conclusiones y perspectivas de las exportaciones regionales hacia Estados Unidos	28
VI. Acciones de la Cámara de Comercio de Bogotá para apoyar el desarrollo exportador de la región	30



PRESENTACIÓN

La Cámara de Comercio de Bogotá, CCB, es una entidad de carácter privado, que orienta su actividad a la promoción del desarrollo empresarial y al mejoramiento del entorno para la calidad de vida en Bogotá y en la región. En desarrollo de estos objetivos, la entidad les ofrece al sector empresarial, a las autoridades y a la comunidad en general, información y análisis sobre las características y el comportamiento de las actividades productivas en Bogotá y Cundinamarca, sus fortalezas y problemas, con el propósito de contribuir a la toma de decisiones del sector empresarial y a la orientación de las políticas públicas para promover el desarrollo exportador y el crecimiento de la economía regional.

Este informe sobre el **Perfil del comercio exterior de la Región Bogotá – Cundinamarca, con Estados Unidos** es una contribución a los empresarios para apoyar con información las iniciativas exportadoras en la Región, y forma parte de los análisis que sobre el sector externo realiza la Cámara de Comercio

de Bogotá a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones de la Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social, y complementa el informe anual sobre **el comportamiento del sector externo de Bogotá y Cundinamarca**, y el Observatorio de las Exportaciones de Bogotá y Cundinamarca que trimestralmente publica la entidad.

Con la publicación del informe sobre **el Perfil del comercio exterior de la Región Bogotá – Cundinamarca, con Estados Unidos**, la entidad busca contribuir a promover una mayor orientación de la producción regional al principal mercado de destino de los productos de la Región e identificar las oportunidades y desafíos para mejorar la integración comercial de Bogotá y Cundinamarca con el principal mercado para las exportaciones de la Región.

Este informe se elabora con base en información estadística procedente de instituciones de reconocida validez como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, el Banco de la República y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.

Agradecemos sus comentarios y sugerencias al teléfono 5941000, extensión 2747 en Bogotá, o a través de internet al e-mail: estinves@ccb.org.co.

INTRODUCCIÓN

Estados Unidos es el principal socio comercial de la Región Bogotá-Cundinamarca, y hacia este mercado el desempeño de las exportaciones ha sido positivo, debido en gran parte a las preferencias que les ofrece a los productos colombianos y al elevado potencial de demanda por su tamaño. Adicionalmente, Colombia con Ecuador y Perú se encuentran en proceso de negociación de un Tratado de Libre Comercio, TLC, que afectará de manera distinta a cada una de las regiones colombianas, dependiendo de su grado de integración comercial con ese país y de su estructura productiva.

Para la economía regional los beneficios del comercio con los principales mercados de destino de sus exportaciones, son diversos y se reflejan en la posibilidad para las empresas de aprovechar economías de escala, con la ampliación del mercado; un mayor bienestar para los consumidores debi-

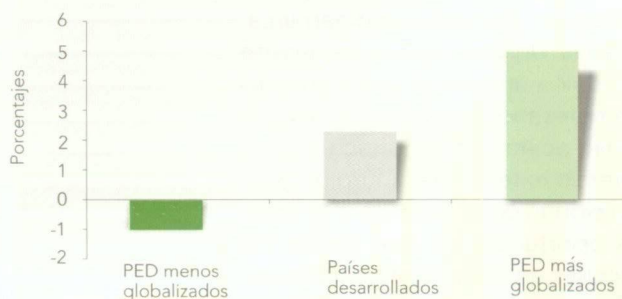
do a la posibilidad de elegir entre un número más grande de productos y el crecimiento de los salarios reales para los trabajadores de las empresas que exportan.

Estos beneficios son alcanzables, pero se requiere transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, es decir, incorporar tecnologías, mejorar procesos e invertir en el desarrollo de las habilidades y destrezas del recurso humano para producir bienes con mayor valor agregado.

La evidencia indica que los países subdesarrollados más integrados al comercio mundial fueron capaces de mantener un nivel de crecimiento del PIB per cápita sostenido alrededor del 5%; por el contrario, los países con menor integración al comercio mundial registraron tasas de crecimiento (-1%) negativas (véase gráfica 1).

Gráfica 1

Crecimiento promedio del PIB per cápita en la década de los noventa



Fuente: Dollar and Kraay PED, Países en Desarrollo

Las regiones más integradas al comercio mundial, las más globalizadas, tienen mayores posibilidades de mejorar el crecimiento de sus economías. En este marco, una región como Bogotá - Cundinamarca, que tiene el reto de alcanzar un nivel de crecimiento económico (por lo menos del 5%) superior al actual (3%) para reducir a un dígito las altas tasas de desempleo (14,7%) y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, necesita fortalecer su integración con los mercados internacionales, en especial con sus principales socios comerciales, entre los que se destacan: Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Perú y México.

Los procesos de integración comercial son instrumentos favorables para intensificar el intercambio comercial de la región: por ejemplo, con Estados Unidos, se estima que un TLC puede adicionar 3,4%¹ más al crecimiento de las exportaciones regionales, 1,5% al PIB y 1,3% al empleo. Otro efecto esperado de este proceso es el aumento del número de empresarios exportadores a ese mercado y la diversificación de la oferta exportable de la Región que actualmente se concentra en la venta de flores.

Por ello, la Cámara de Comercio de Bogotá, CCB, por intermedio de la Dirección de Estudios e Investigaciones publica el Perfil del comercio exterior de la Región Bogotá-Cundinamarca, con Estados Unidos, con el propósito de contribuir a ampliar el conocimiento de los empresarios, las autoridades y la comunidad acerca de las características del comercio exterior de la Región y de las condiciones de acceso para aprovechar las oportunidades que tienen los exportadores en el mercado estadounidense. Por tanto, en un marco de mejores condiciones de acceso a los exportadores de la Región, ese mercado puede contribuir al crecimiento regional y a diversificar la oferta exportable

con productos nuevos y de mayor valor agregado.

El trabajo se divide en seis capítulos. En el primero, se describen las principales características de la economía regional. En el segundo, se presentan las características del comercio exterior de la Región con Estados Unidos. En el tercero y cuarto, se analizan los principales competidores de los exportadores de la Región y sus condiciones de acceso en ese mercado. En el quinto, se incluyen las conclusiones y perspectivas de las exportaciones de la región en el mercado de Estados Unidos y finaliza el trabajo con las acciones que desarrolla de la Cámara de Comercio de Bogotá para apoyar al sector empresarial y el desarrollo exportador de la Región.

1. Véase el estudio realizado para la Cámara de Comercio de Bogotá por Fedesarrollo (2004). *Tratado de Libre Comercio Colombia - Estados Unidos: Análisis del impacto sobre la región Bogotá-Cundinamarca*. CCB, Bogotá, Colombia. Mimeo.

I. BOGOTÁ-CUNDINAMARCA, PRINCIPAL CENTRO ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE COLOMBIA

En este capítulo se presentan las principales características de la región Bogotá-Cundinamarca, teniendo en cuenta su importancia económica, especialización productiva, ventajas para la localización de las empresas, dinamismo en la producción y orientación exportadora.

Bogotá y Cundinamarca es la Región económica más importante de Colombia: genera el 27.8% de la producción nacional y duplica a las economías regionales que le siguen (Antioquia y Valle del Cauca²); y concentra cerca del 40% de las transacciones de comercio exterior de mercancías del país. Es, a su vez, el mayor centro de servicios, y la sede principal de la mayoría de las entidades financieras y de la Administración pública nacio-

nal, departamental y distrital. Es también, el principal centro empresarial: en la Región se concentran 236 mil empresas, 31% de las registradas en las cámaras de comercio de Colombia (véase gráfica 2).

Comparada con otras ciudades y regiones de América Latina, Bogotá ocupa el puesto 11 por el tamaño de su economía: supera en 1,4 veces a Caracas y en 4,8 a Quito. Es 3,3 veces más pequeña que Miami y 8 veces menor que Ciudad de México³.

La región Bogotá – Cundinamarca se especializa en la producción de servicios (69%) y bienes industriales (17%): la agricultura, silvicultura, caza y pesca representa el 6% y la minería menos del 1% (véase gráfica 3). En Bogotá, los servicios aportan el 74% del PIB y en Cundinamarca el 40%. A su vez, el sector agrícola tiene mayor participación en el PIB del departamento (30%) que en el de Bogotá (0,4%).

2. Antioquia y Valle del Cauca tienen cada una participación en el PIB de Colombia de 15% y 11,6%, respectivamente.
3. Véase, Cámara de Comercio de Bogotá (2005). *Observatorio de Competitividad No. 4*. CCB. Bogotá, Colombia. Septiembre.

Gráfica 2

Participación del PIB regional en el nacional por sectores 2002



Fuente: Dane, Cuentas Regionales Departamentales 2002.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

La Región tiene ventajas para la localización de las empresas: Es el mayor centro de población del país, 9.3 millones de habitantes, el 21,2% de la población de Colombia. La mayoría, 7 millones de personas, se encuentran en Bogotá. Además, es el principal mercado de trabajo y cuenta con el recurso humano más calificado de Colombia. El potencial económico y el PIB per cápita (US\$3.234) de Bogotá es el más alto⁴ de Colombia y, en los últimos tres años ha logrado avances importantes en la consolidación de un entorno más seguro⁵.

La Región es una de las economías más dinámicas de Colombia: Entre el 2000 y 2002, la economía regional creció cerca del 3% en promedio anual, superior al de la nación (2,1%) y al conjunto de las economías de los países latinoamericanos 1,2%. Los estimativos más recientes señalan que en el 2003 y 2004 el PIB de Bogotá creció 4,6% y 3,9%, y el del país 4% y 3,96% en los dos años, respectivamente. Además, se espera que al terminar el 2005, la economía de Bogotá y Cundinamarca crezca a igual ritmo que el conjunto de la economía colombiana.

La recuperación en la mayoría de las actividades productivas ha sido resultado del aumento en la demanda interna y del crecimiento de las exportaciones. Las ventas del comercio, la actividad industrial y la construcción han registrado balances cada vez más positivos⁶, además, la inversión aumentó en la industria⁷, en la construcción y en el sector público. También ha crecido el número de empresas⁸ que se han creado en la Región.

Con respecto a las exportaciones:

Mientras en el 2000 y el 2003 crecieron en promedio anual 5,7%, en el 2004 y primer semestre del 2005, la Región registró cifras récord de US\$ 2.690 millones y US\$ 1.777 millones respectivamente, como resultado del crecimiento del 32% (2004) y 52% en el primer semestre del 2005 y se espera que en el 2005 las exportaciones superen los US\$3.000 millones. No obstante, la región Bogotá - Cundinamarca tiene una baja orientación exportadora: las exportaciones representan menos del 10% del valor de su producción⁹, debido al reducido número de empresas que exportan¹⁰ y al predominio de las micro y pequeñas empresas, que en su

4. El PIB per cápita de Colombia en el 2004 fue de US\$2.215, es decir, mil dólares menos que el de Bogotá.
5. En el 2004, en Bogotá disminuyó la tasa de homicidios y mejoró la calificación de peligrosidad. Véase Cámara de Comercio de Bogotá (2005). *Observatorio de Competitividad. Op. Cit*
6. Véase al respecto, Cámara de Comercio de Bogotá. *Balance de la economía bogotana de los años 2000, 2001, 2002, 2003 y 2004*. CCB. Bogotá. Colombia.
7. Los gastos de inversión aumentaron para un número creciente de empresarios. En el 2002, para el 17% de los empresarios aumentaron más del 25% y en enero del 2005 en esta situación se encontraba el 24%. Véase Fedesarrollo, *Encuesta de opinión empresarial del 2002 y el 2005*. Fedesarrollo. Bogotá, Colombia.
8. En Bogotá, el número de empresas pasó de 169 mil en el 2000 a 206 mil en el 2004. Véase al respecto Cámara de Comercio de Bogotá (2005). *Observatorio económico de Bogotá, el comportamiento empresarial de Bogotá 2000-2003. No. 14* Abril. CCB. Bogotá, Colombia, y Cámara de Comercio de Bogotá (2005) *Observatorio económico de Bogotá, el comportamiento empresarial de Bogotá 2004. No. 18* Septiembre. CCB. Bogotá, Colombia.

Gráfica 3

Estructura del PIB de la Nación y la Región Bogotá - Cundinamarca 2002



Fuente: Dane, Cuentas Regionales Departamentales 2002.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

mayoría se orientan al mercado local con escalas de producción bajas¹¹. Como resultado tradicionalmente la balanza comercial de la Región ha sido negativa: Las importaciones generalmente triplican el valor de las exportaciones. En el 2004, la Región importó US\$8.913 millones y exportó US\$2.690 millones.

En general, las perspectivas de la economía regional para el 2005 son positivas, pues se espera que todos los sectores económicos mantengan la tendencia hacia un mayor crecimiento, y las exportaciones registren un nuevo valor record. Sin embargo, para mejorar los resultados en el comercio exterior, es indispensable mejorar la competitividad de las empresas de la Región y promover su mayor vinculación a los mercados internacionales, el mercado de Estados Unidos es uno de los más importantes para la estrategia de internacionalización y crecimiento exportador de la Región.

II. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA REGIÓN CON ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos ha sido tradicionalmente el principal socio comercial de Colombia (44% de las exportaciones), al igual que para la Región Bogotá-Cundinamarca (34%). La relación comercial de la Región con Estados Unidos ha sido complementaria porque la Región le vende productos intensivos en recursos naturales (69%) y en mano de obra (13%) y le compra bienes que no produce, principalmente los de capital.

En esta parte del trabajo se hace una reseña sobre la importancia que tiene la Región en el comercio de Colombia con Estados Unidos. A continuación se describen las características más destacadas de las relaciones comerciales de la Región con Estados Unidos, y de las principales empresas exportadoras.

A. Importancia del comercio de la Región Bogotá Cundinamarca con Estados Unidos

En el comercio exterior de bienes de Colombia hacia Estados Unidos, Bogotá-Cundinamarca es la Región que realiza el mayor número de transacciones, seguida de Antioquia y Valle del Cauca. En el 2004, las transacciones comerciales (exportaciones más importaciones) de la Región llegaron a US\$3.049 millones, el 28% de las de Colombia (US\$ 11.354 millones, sin incluir café y petróleo) con el mercado de Estados Unidos. Antioquia (14,5%) y Valle del Cauca (5,6%) son las otras dos regiones más importantes.

9. En el 2002, el valor de la producción de la región fue de US\$23 mil millones y exportó US\$2.194 millones.
10. En el 2004 de las 236 mil empresas de la Región sólo el 3,5% (6.587) realizó ventas al exterior.
11. Tradicionalmente la mayoría (90%) de las empresas registradas en las Cámaras de Comercio de la Región, son micro y pequeña empresa.

B. Características de las exportaciones de la Región hacia Estados Unidos

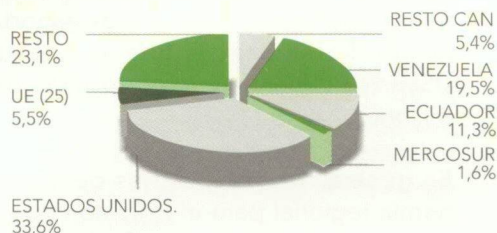
Estados Unidos ha sido tradicionalmente el principal destino de las exportaciones de la Región Bogotá-Cundinamarca: entre el 2000 y el 2004, del total del intercambio comercial que hizo la Región, el 30%¹² fue con Estados Unidos (véase gráficas 4A y 4B), es decir, US\$729 millones (33,6% del total de la Región) en promedio anual en exportaciones, y US\$2.138 millones (29% del total de la Región) en importaciones.

En las exportaciones de la Región a Estados Unidos el principal producto es la venta de flores: Entre el 2000 y 2005, las flores representaron 61% de las exportaciones de la Región hacia ese mercado, y los productos de la industria 39%. Es decir, la Región le vende a Estados Unidos principalmente productos primarios y bienes de la industria con bajo grado de transformación como tabaco procesado, cueros, perlas, cerámicas, prendas de vestir y otros, como minerales no metálicos (véase gráfica 5).

Sin embargo, en los últimos años se ha logrado avanzar un poco en la diversificación de la oferta exportable, aunque el margen es todavía muy amplio: las partidas arancelarias aumentaron 81% al pasar de 837 en 1996 a 1.513 en el 2004. Los sectores en los que se ha registrado un mayor número de nuevos productos han sido: maquinaria y equipo (con 198 nuevos productos), textiles y confecciones (150), alimentos, bebidas y tabaco (91), químicos (57) y el sector agropecuario (45).

Gráfica 4A

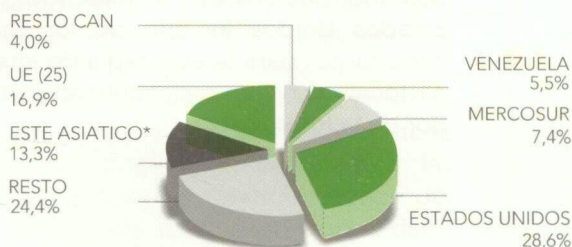
Bogotá y Cundinamarca, exportaciones por socio comercial promedio 2000 - 2005



Fuente. DANE. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Nota: Los datos para el 2005 corresponden al primer semestre

Gráfica 4B

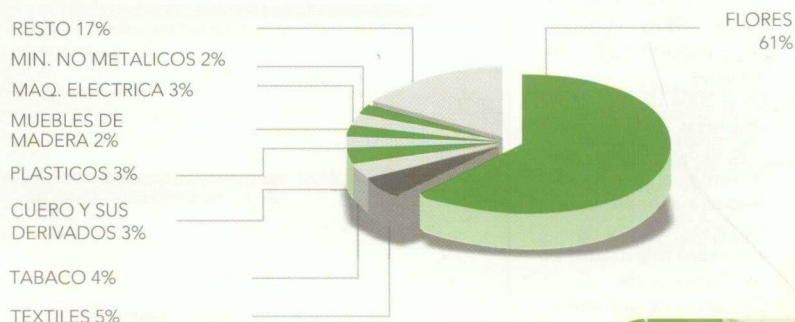
Bogotá y Cundinamarca, importaciones por mercado de origen, promedio 2000 - 2005.



Fuente. DANE. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
* Este Asiático, compuesto por Japon, China y Corea del sur.
Nota: Los datos para el 2005 corresponden al primer semestre

Gráfica 5

Bogotá y Cundinamarca
Distribución de las exportaciones a Estados Unidos Promedio 2000 - 2005



Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con base en datos del DANE.

12. Es decir, la suma de exportaciones e importaciones.

13. Para una caracterización más detallada de las veinte empresas véase al respecto, CCB (2005). *Informe del sector externo de Bogotá y Cundinamarca 2004 y primer semestre del 2005*. CCB. Bogotá, Colombia. Octubre.

El crecimiento de las exportaciones de la Región fue positivo: entre 1996 y el 2003 las exportaciones de la Región a Estados Unidos crecieron (6.2%) y casi duplicaron su valor: pasaron de US\$499 millones a US\$798 millones en los dos años respectivamente. En el 2004, las exportaciones fueron de US\$902 millones, 13% más con respecto al 2003. En el primer semestre del 2005 crecieron 39,5% con respecto a igual período del 2004. (véase cuadro 1).

Aumentó el número de exportadores al mercado de Estados Unidos: entre el 2000 y el 2004, el número de exportadores aumentó 15% en promedio anual: de 1.385 en el 2000 a 2.407 en el 2004. En este período, la gran empresa representó casi 70% de las exportaciones. Así mismo, las veinte más exportadoras de la Región hicieron el 41% de las ventas a Estados Unidos. Estas son especializadas y de gran tradición exportadora, en especial las de la floricultura y la industria textil¹³ (véase cuadro 2).

Cuadro 1
Bogotá y Cundinamarca. Comportamiento de las exportaciones hacia Estados Unidos

SECTORES	MILES DE DÓLARES FOB		
	2000	2004	2005
Total	587,164	902,353	593,671
Agropecuario	416,077	494,711	374,851
Minería	154	527	251
Industria	167,036	402,414	217,490
Alimentos, bebidas y tabaco	2,621	66,880	37,084
Textiles, prendas de vestir y cuero	84,126	78,406	37,674
Muebles y productos de la madera	10,494	16,509	9,152
Papel e imprentas	6,755	15,902	9,080
Químicos	9,007	50,810	26,510
Minerales no metálicos	22,349	40,900	21,498
Metálicas básicas	1,871	23,026	13,881
Maquinaria y equipo	21,969	94,823	58,205
Otras industrias manufactureras	7,844	15,157	4,406
Resto	3,897	4,702	1,079

Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones CCB, con datos del DANE.
Nota. Los datos para el 2005 corresponden al primer semestre.

Principales empresas exportadoras de la región hacia Estados Unidos. Miles de dólares FOB

No EMPRESAS	RAZON SOCIAL	2000	2004	PART % 2004
Total		587,164	902,353	100.0
Total 20 empresas		142,841	347,686	38.5
1	C I TABCO S A	N.D	58,419	6.5
2	PROQUINAL S A	30,057	33,851	3.8
3	C I FALCON FARMS DE COL S A	12,943	24,685	2.7
4	THE ELITE FLOWER LTDA C I	6,755	23,990	2.7
5	CIALZ INTL SUNSHINE BOUQUET COLOMBIA LTD	9,730	22,124	2.5
6	FONDO ROTATORIO DE LA POLICIA NAL	6	21,752	2.4
7	COLMENA S A CONSORC METALURG NAL S A	274	19,681	2.2
8	FUERZA AEREA COLOMBIANA COMANDO F A C	1	19,225	2.1
9	C I SPLENDOR FLOWERS LTDA	15,661	17,562	1.9
10	CIA COL DE CERAMICA S A COLCERAMICA S A	476	13,841	1.5
11	C.I. COMERCIALIZADORA CARIBBEAN LTDA.	12,327	13,758	1.5
12	C I HOSA LTDA	9,143	10,413	1.2
13	REX-METAL S.A.	4,503	10,300	1.1
14	C I FLORES IPANEMA S A	N.D	9,626	1.1
15	S C I AMANCAY S A	N.D	9,143	1.0
16	I M A IND DE ARTICULOS DE MADERA S A	6,855	8,901	1.0
17	FLORES LA FRAGANCIA S A	10,464	7,899	0.9
18	C I FLORES DE LA SABANA S A	2,013	7,749	0.9
19	C I SANTA MONICA FLOWERS LTDA	9,062	7,424	0.8
20	VISTAFLORES CORPORATION COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LTDA.	12,571	7,346	0.8
	RESTO	444,323	554,667	61.5

Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con datos DIAN N.D. No disponible

La participación que tiene la Región en el mercado de Estados Unidos es marginal: en el 2004, la participación de las exportaciones de la región en el mercado de Estados Unidos fue apenas 0,06%, logrando una participación importante en algunos productos, en las flores es un proveedor importante y abastece el 35.5%¹⁴ de las importaciones de Estados Unidos. El segundo producto es el tabaco (3,2%) y en tercer lugar la guata, fieltro y telas sin tejer; cordeles cuerdas, cordajes, con una participación cercana al 1%.

C. Características de las importaciones de la Región provenientes de Estados Unidos

La mitad de las importaciones de Colombia ingresa por las aduanas de la Región, este comportamiento, se explica por el tamaño de la economía regional que demanda bienes de consumo e industriales importados y al mismo tiempo por que es centro de distribución de bienes importados al resto del país.

Estados Unidos es el principal proveedor de los bienes que se importan en la Región: entre el 2000 y el 2004, las importaciones provenientes de Estados Unidos ascendieron a US\$2.138 millones en promedio anual, es decir, el 29% de las importaciones totales (US\$7.305 millones) reportados por todos los sectores económicos de la Región¹⁵. Los otros países proveedores importantes fueron: México (6,3%), Venezuela (5,6%), Brasil (5,4%), Japón (5,2%), China (4,6%) y Alemania (4,5%).

Las importaciones de la Región son diversificadas, principalmente en productos de la industria metal-mecánica y química: entre el 2000 y el 2004, las importaciones de la Región provenientes de Estados Unidos se realizaron a través de 4.467 subpartidas arancelarias, el 86% de las empleadas por todos los sectores importadores de la Región. Los sectores que contribuyeron con el mayor número de productos fueron: Maquinaria y equipo (1.683 productos), Químicos (1.176), textiles y prendas

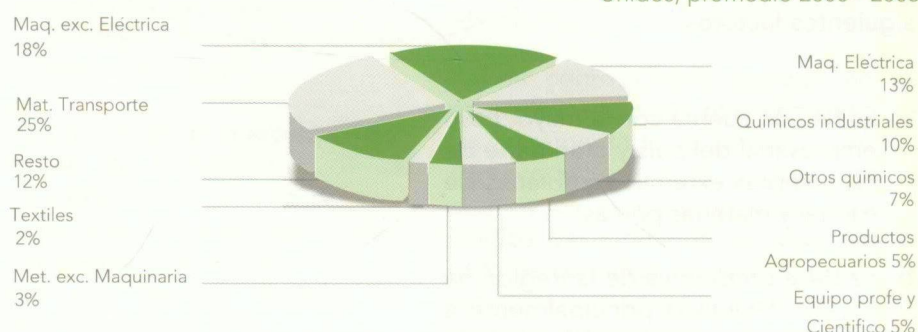
14. En el 2004, las exportaciones totales de flores de la Región fueron US\$607 millones, de las cuales, US\$486 millones se exportaron a Estados Unidos. Colombia es el segundo exportador mundial de flores frescas cortadas (14% del comercio mundial del producto), después de Holanda que cuenta con una participación del 56%, véase al respecto: www.asocolflores.com.co. Las flores corresponden a la partida (0603), flores y capullos, cortados para ramos ó adornos frescos, secos, blanqueados, teñidos.
15. En el 2004, las importaciones de la Región provenientes de Estados Unidos fueron de US\$2.156 millones, es decir, el 45% de los US\$4.838 millones realizadas por Colombia de ese país.

de vestir (506), alimentos bebidas y tabaco (237) y papel e imprentas (144).

Tres sectores de la industria metalmecánica realizan la mitad de las compras de la Región: material de transporte, maquinaria no eléctrica para la modernización empresarial y maquinaria eléctrica (véase gráfica 6).

Disminuyeron las importaciones de la Región: en el período 1996-2004, las importaciones provenientes de Estados Unidos disminuyeron de US\$2.355 millones a US\$2.156 millones (véase cuadro 3). El bajo crecimiento económico de la Región se reflejó también en la reducción de las compras externas de bienes intermedios y de capital (3,4%), y de bienes de consumo (-2,3%). Estas últimas disminuyeron con la contracción de la demanda interna que generó el deterioro de los ingresos de los hogares y el desempleo.

Gráfica 6
Bogotá y Cundinamarca. Distribución de las importaciones provenientes de Estados Unidos, promedio 2000 - 2005



Fuente. DANE, Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones, CCB

Cuadro 3
Bogotá y Cundinamarca
Importaciones según actividad económica Valores en millones de US\$ CIF

DESCRIPCION	2000	2004	2005
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	102	138	56
Explotación de minas y canteras	3	4	3
Industrias manufactureras	1,726	2,006	1,114
Alimentos, bebidas y tabaco	43	45	26
Textiles, prendas de vestir y cuero	62	52	21
Madera, incluidos muebles	5	2	2
Papel e imprentas	37	34	20
Químicos	414	454	272
Minerales no metálicos	11	11	5
Metálicas básicas	20	15	11
Maquinaria y equipo	1,121	1,384	752
Otras industrias manufactureras	12	8	5
RESTO	1	9	2
TOTAL	1,832	2,156	1,175

Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con datos del DANE.
Nota. Los datos para el 2005 corresponden al primer semestre.

D. La balanza comercial con Estados Unidos¹⁶

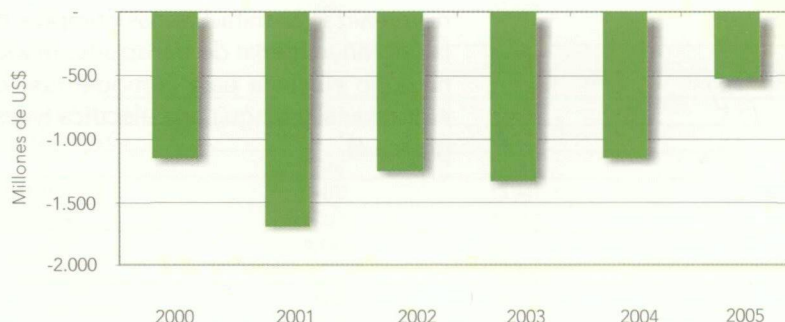
Con Estados Unidos, la balanza ha registrado un déficit permanente para la Región; las importaciones triplican las exportaciones. En el 2004 la Región importó de Estados Unidos US\$2.156 millones y exportó US\$902 millones.

En el período 2000 – 2004, el déficit comercial de la Región con Estados Unidos pasó de US\$1.157 millones en el 2000 a US\$1.159 millones en el 2004. En el primer semestre del 2005 fue de US\$529 millones (véase Gráfica 7).

Esta situación está relacionada con los siguientes factores:

- La Región cuenta con la mayor base empresarial del país y gran parte de las compras externas son bienes de capital y materias primas¹⁷.
- La base productiva de la Región ha estado orientada principalmente a atender necesidades del mercado interno, razón por la cual el valor de las exportaciones es menor al 10% del PIB regional¹⁸.
- La Región es puerto de ingreso para una parte de las importaciones que se realizan con destino a otras regiones del país
- Los exportadores de la Región han orientado sus estrategias de venta en el mercado internacional, con mayor énfasis en los mercados de la Comunidad Andina. En la encuesta realizada por Fedesarrollo para la CCB, sólo el 22% de los exportadores de la industria manifestaron exportar a Estados Unidos.¹⁹

Gráfica 7
Bogotá y Cundinamarca.
Balanza comercial con Estados Unidos 2000 - 2005



Fuente: Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con base en datos del DANE.
Nota: Los datos del 2005 corresponden al primer semestre.

- La balanza comercial se presenta en valores FOB, es decir, la balanza es la diferencia entre el valor FOB de las exportaciones y el valor FOB de las importaciones.
- Adicionalmente a estos dos factores, las importaciones se encuentran sobrevaluadas porque una parte de las mismas se dirige a otras regiones del país.
- Véase CCB (2003). *Informe de las exportaciones de Bogotá y Cundinamarca en el 2002. Comportamiento y oportunidades en el mercado mundial*. CCB, Bogotá, Colombia.
- Véase CCB - Fedesarrollo (2004). *Tratado de Libre Comercio Colombia – Estados Unidos: análisis del impacto económico sobre la región Bogotá - Cundinamarca*. CCB, Bogotá, Colombia. Mimeo.

20. Las exportaciones de México en 1990, antes del TLCAN, eran de US\$30.172 millones; catorce años después alcanzaron los US\$157.824 millones en el 2004. Véase Villareal, René (2004). TLCAN "10 años después". Editorial Norma, Bogotá. Colombia.
21. En 1996, los principales países latinoamericanos representaron el 14,7% de las importaciones de Estados Unidos, y en el 2004 el 16,3%; es decir, ganaron cerca de dos puntos porcentuales en el período.
22. De acuerdo con el ranking del IMD, Estados Unidos en los últimos seis años (2000 a 2005) ocupó el primer lugar en competitividad entre los países evaluados.
23. Para México, el NAFTA ha significado pasar de exportar a Estados Unidos US\$75 mil millones en 1996 a US\$157 mil millones en el 2004.
24. Contreras, Gabriela y Meller, Patricio. La competitividad de las exportaciones chinas en los mercados de Estados Unidos y Japón. http://www.web-manager.cl/prontus_cea/cea_2002/site/pags/20030325131056.html
25. Informativo Semanal de la Bolsa de Comercio de Rosario, No. 1138. Rosario, Argentina.
26. Claro, Sebastián (2004). Causas y consecuencias del milagro económico en China. www.faceapuc.cl.
27. CCB (2004). *Informe del sector externo de Bogotá y Cundinamarca: 2003 y primer semestre de 2004*. CCB. Bogotá, Colombia. Y CCB (2005). *Informe del sector externo de Bogotá y Cundinamarca: 2004 y primer semestre de 2005*. CCB. Bogotá, Colombia.

III. PRINCIPALES COMPETIDORES DE LAS EXPORTACIONES DE LA REGIÓN EN ESTADOS UNIDOS

Los principales proveedores del mercado estadounidense son países que han desarrollado ventajas competitivas y están en los primeros lugares del comercio mundial. Otros países, como México y Canadá, fortalecieron su sector externo con acuerdos de libre comercio con Estados Unidos, y lograron aumentar sus exportaciones a ritmos superiores a los niveles históricos anteriores al tratado²⁰.

La participación en el mercado estadounidense de Colombia y de la región Bogotá-Cundinamarca es marginal: Colombia ocupa el puesto 33, y entre los países latinoamericanos, es superada por México (puesto 3), Venezuela (13) y Brasil (14).

El mercado de Estados Unidos entre 1996 y el 2004 creció 8,4%, en gran medida por la dinámica de sus importaciones que fueron superiores en dos puntos al crecimiento de las importaciones mundiales. Además, se acentuó el consumo de bienes extranjeros, combustibles, bienes de consumo y de tecnología liviana, principalmente. Esta situación contribuyó a generar oportunidades para los países latinoamericanos que ganaron participación en ese mercado²¹.

Para ingresar en el mercado de Estados Unidos, el exportador debe tener en cuenta que es el mercado más competitivo del mundo²², por lo cual las exigencias en estándares de calidad son altas. Los principales competidores de la Región en el mercado

de Estados Unidos son los productos de los países que tienen ventajas importantes, como Canadá (puesto 5° en el IMD en el 2005), Alemania (23) y Japón (21), y de Latinoamérica, México, Venezuela y Brasil; sus fortalezas para ingresar en ese mercado han estado en la venta de productos de maquila, industria liviana, minería y productos agrícolas. En América Latina México, Chile, los países de Centroamérica y de la Comunidad Andina excepto Venezuela tienen al igual que Colombia condiciones de acceso preferencial que les han permitido elevar sus exportaciones, como ha sido el caso de México²³ (véase cuadro 4).

Países como China, aunque no se encuentra entre los más competitivos ha incrementado la participación de sus productos en el comercio mundial²⁴, y en especial en el de Estados Unidos desarrollando sectores exportadores con altos niveles de productividad, resultado de la cuantiosa inversión extranjera sujeta a requerimientos de exportación²⁵ y a una política caracterizada por el acceso limitado a los mercados domésticos²⁶.

El ingreso de Colombia y de la Región al mercado estadounidense se ha caracterizado por la venta en su mayoría de productos intensivos en mano de obra y en recursos naturales²⁷, muchos de los cuales son de gran importancia y tradición para la Región (flores, textiles y confecciones, metalurgia y metalmecánica, químicos, cuero y calzado, entre otros). En los dos últimos años (2003-2004), algunos sectores como los de textiles y confecciones lograron incrementar sus ventas con un portafolio de productos más amplio e incorporaron el diseño como valor agregado a las prendas, logrando así una ventaja competitiva respecto a otros países.

Cuadro 4

Características de los Principales proveedores de Estados Unidos
Valores en millones de dólares

PAÍS	PUESTO PROVEEDOR	IMPORTACIONES 1996	IMPORTACIONES 2004	PARTICIPACIÓN 2004 %	POSICIÓN IMD 2005
Canadá	1	159,533	259,807	17.0	5
China	2	54,111	210,526	13.8	31
México	3	75,387	157,824	10.3	56
Japon	4	117,480	133,339	8.7	21
Alemania	5	40,231	79,117	5.2	23
Korea	6	23,156	47,814	3.1	29
Reino Unido	7	29,368	47,677	3.1	22
Taiwan	8	30,905	36,211	2.4	11
Francia	9	18,438	32,589	2.1	30
Italia	10	18,804	29,406	1.9	53
Venezuela	13	13,191	26,316	1.7	60
Brasil	14	9,401	22,734	1.5	51
Colombia	33	4,679	7,766	0.5	47
Chile	39	2,587	5,422	0.4	19
Ecuador	42	2,184	4,691	0.3	NA
Argentina	45	2,395	4,067	0.3	58
Perú	47	1,278	3,912	0.3	NA
Uruguay	78	273	622	0.0	NA
Panamá	99	380	336	0.0	NA
Bolivia	107	277	273	0.0	NA
Paraguay	131	47	69	0.0	NA
TOTAL		816,846	1,525,483	100.0	

Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con datos USITC y World competitiveness scoreboard 2005.
NA: No Aplica

Otra característica del mercado estadounidense es su concentración en los mismos proveedores. Entre 1996 y el 2004, cinco países le vendieron el 55% de las importaciones que realizó: Canadá (17%) con el mayor valor de ventas, seguido de China, México, Japón y Alemania (véase cuadro 4). Estos países, en el período, aumentaron su participación en las importaciones de Estados Unidos (de 54,7% en 1996 a 55,3% en el 2004), debido al auge de las ventas de productos de China (crecieron 18,7% en promedio anual) y de las exportaciones de México (10%) principalmente.

El mercado de Estados Unidos²⁸ registra altas importaciones de productos agrícolas y mineros, y en la industria de pro-

ductos intensivos en mano de obra y en recursos naturales. Al comparar dos períodos (1996-1999 y 2000-2004) se encuentra que entre los productos más importantes (38% del valor de las importaciones estadounidenses) los de mayor crecimiento fueron: farmacéuticos (se triplicaron), combustibles (se duplicaron), muebles (84%), plásticos (52%), prendas de vestir (47%), hierro y acero (46%) y vehículos (41%). Otros menos representativos, pero de interés para Bogotá y Cundinamarca también registraron crecimientos importantes: demás artículos confeccionados (se duplicaron), aceites esenciales, perfumería y cosméticos (92%), alimentos diversos (78%), legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos (46%), leche y productos lácteos, huevos, miel (42%).

28. Véase el estudio realizado para la CCB por Fedesarrollo (2004). *Tratado de Libre Comercio Colombia – Estados Unidos: análisis del impacto económico sobre la región Bogotá – Cundinamarca*. CCB. Bogotá, Colombia. Mimeo.

En las importaciones (US\$7.749 millones, 1998-2002) de Estados Unidos de productos de la agroindustria, México se ha posicionado como el principal proveedor, seguido de Chile (10,6%), Costa Rica (8,6%) y Canadá (8,3%). Colombia ocupó el octavo lugar con el 3,1% y la Región 0,1%. Estos países tienen acuerdos de comercio con Estados Unidos que han permitido disminuir las barreras sanitarias y tener ingreso con arancel preferencial. El mercado de productos lácteos (US\$940 millones entre 1997 y el 2003) en Estados Unidos fue abastecido principalmente por productores de Italia (17,4%), Nueva Zelanda (17%), Francia (9%), Canadá (6%) y Dinamarca (6%), y la Región participó con el 0,01% (2004).

Para estos dos sectores, agroindustria y lácteos, los dos problemas más importantes de acceso son los subsidios que otorga Estados Unidos a sus productos y la aplicación de contingentes arancelarios²⁹.

En productos industriales, imprentas y editoriales con importaciones de US\$7.051 millones (1998-2002) en Estados Unidos, los principales proveedores son Canadá (29%), China (16%) e Inglaterra (12%). La Región representó el 0,3%. En Estados Unidos, el mercado del libro no paga aranceles. En textiles y confecciones, China ha sido el principal proveedor (13%), seguido de México y Canadá. En este sector, con la finalización de la vigencia del acuerdo de multifibras a comienzos del 2005, se prevé una mayor competencia, especialmente de los productos de China, India y otros países del sudeste asiático.

El mercado del calzado en Estados Unidos con US\$17.403 millones en el 2004 tiene como principales proveedores a China (52%), Italia (9,8%) y Brasil (4%). La Región tiene una parti-

cipación del 0,1%. El sector de productos químicos es abastecido por pocos países en especial por Canadá (16,4%), Irlanda (8,7%), Japón (8,6%), China (8%), Alemania (7,5%) e Inglaterra (6,8%); en éste sector, la Región representa el 0,3% de las importaciones estadounidenses. La industria metalmecánica es un mercado de US\$592 mil millones (1997-2003) en importaciones en Estados Unidos, en la que Japón (18%), Canadá (17%), México (13%) y China (8%) tienen la mayor parte del mercado y Colombia solo el 0,04%.

En general los productos de los sectores mencionados no tienen restricciones arancelarias importantes por que están incluidos en el ATPDEA. Las principales dificultades son de carácter no arancelario y por los elevados niveles de competitividad de los principales proveedores de otros países, ante lo cual, los empresarios tienen el reto de transformar su estructura empresarial para elevar el valor agregado de sus productos con diferenciación y orientación a nichos dinámicos. También, se requiere mejorar el acceso a los canales de comercialización y el posicionamiento de marcas.



29. Los contingentes arancelarios son cuotas que impone Estados Unidos a las importaciones de Colombia en valor y en volumen.

IV. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos es el principal comprador de productos extranjeros en el mundo y realiza importaciones por US\$1,5 billones, el 20% de las mundiales, además son muy dinámicas³⁰. Las condiciones de acceso para los productos de la región Bogotá-Cundinamarca están determinadas por los siguientes aspectos.

A. Condiciones arancelarias

En Estados Unidos, Colombia tiene condiciones preferenciales de acceso para sus productos con las preferencias del ATPDEA. Actualmente, el arancel promedio de Nación Más Favorecida aplicado por ese país es de 5,1%, que disminuye a 3,7% para los países incluidos en el Sistema General de Preferencias, SGP, y más aún, para los países Andinos que cuentan adicionalmente con las preferencias arancelarias ATPDEA, con lo cual el arancel promedio se reduce a 2,4%. Para países que han firmado con Estados Unidos tratados de libre comercio, como Canadá y México³¹, es aún más bajo.

El uso intensivo de contingentes³² y tarifas elevadas para algunos productos, en especial de la agricultura, textiles y confecciones, es una característica sobresaliente de la protección arancelaria de Estados Unidos (véase cuadro 5).

Las preferencias ATPA-ATPDEA han sido instrumentos de apoyo a las exportaciones regionales. Mientras en 1994 las ventas ATPA fueron de US\$182 millones, 47% del total de las ventas de la Región a Estados Unidos, en el 2004, con la vigencia del ATPDEA³³, esta cifra aumentó a US\$633 millones, es decir, 70% del valor total de las ventas hacia ese mercado (véase gráfica 8).

Las preferencias contribuyeron a la diversificación de la oferta exportable de la Región. En 1991, las exportaciones se hicieron a través de 911 productos y en el 2004 con 1.460, principalmente de la industria como maquinaria y equipo (160 nuevos productos), alimentos, bebidas y tabaco (86), textiles, prendas de vestir y cuero (75), y productos químicos (71). Los productos que entre el 2000 y el 2004, utilizaron más las preferencias fueron las flores, cerámicas, textiles, bienes industriales y plásticos, que realizaron casi la totalidad de sus ventas bajo la modalidad ATPA-ATPDEA (véase gráfica 9).

Cuadro 5

Arancel promedio y tasa de protección efectiva

SECTORES CIU (REV.2) 3 DÍGITOS	COLOMBIA		ESTADOS UNIDOS	
	Arancel	Prot. efectiva	Arancel	Prot. efectiva
311/312 Alimentos y bebidas	17,9%	18,2%	5,5%	5,8%
353/354 Petróleo, derivados y carbón	8,6%	8,6%	0,9%	0,8%
321 Textiles	17,8%	18,9%	9,4%	12,0%
322 Confecciones	19,8%	21,7%	11,5%	13,5%
323 Prod. de cuero	12,6%	11,8%	4,7%	4,7%
351/352/ 355/359 Químicos, plásticos y caucho	10,2%	9,8%	2,6%	2,7%
361/362/369 Cerámica, vidrio y minerales no metálicos	14,0%	15,4%	3,9%	4,2%
390 Otros productos industriales	15,3%	15,7%	2,9%	3,0%

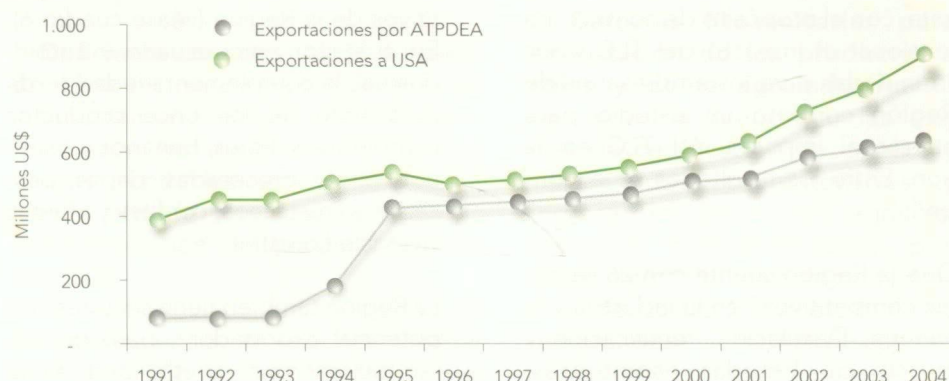
Fuente: Reina, M. y S. Zuluaga (2003b), con base de datos de la OMC-UNCTAD, citado por CCB- Fedesarrollo (2005).

30. Las importaciones de Estados Unidos crecieron 10% en el 2004.
31. Israel, México y Canadá tienen aranceles promedio de 0,7%, y 0,6%, respectivamente. Véase CCB - Fedesarrollo (2004). Op. cit.
32. Los contingentes son restricciones que impone el país importador, bien sea en valor o en volumen a cualquier producto importado, con el fin de proteger la producción local.
33. El ATPA finalizó en el 2001 beneficiando a 5.600 productos. El ATPDEA se aprobó en el 2002, con 700 nuevos productos.

A las condiciones de acceso arancelarias en Estados Unidos se suman otros factores (problemas y ventajas) que intervienen en la capacidad de los

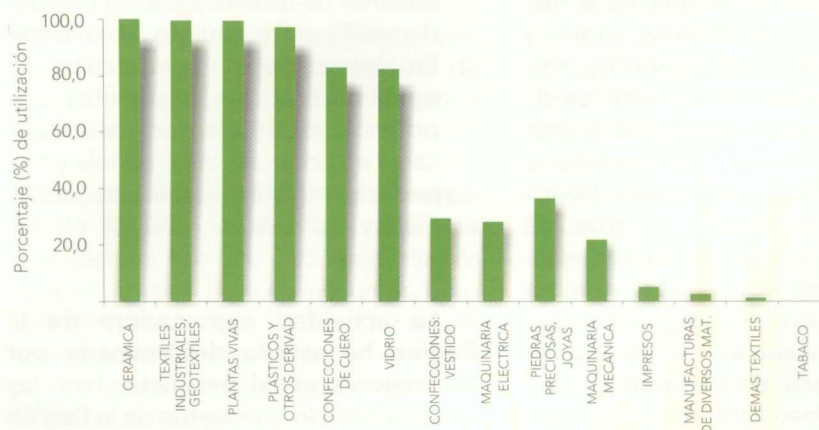
exportadores de la Región para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado de Estados Unidos.

Gráfica 8
Bogotá y Cundinamarca
Exportaciones por ATPDEA y totales hacia Estados Unidos, 1991 - 2004



Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con base en datos de la oficina de Estudios Económicos Mincomercio y DANE.

Gráfica 9
Bogotá y Cundinamarca
Exportaciones por vía ATPDEA promedio 2000 - 2004



Fuente: Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en datos de la Oficina de Estudios Económicos, Mincomercio y DANE.

B. Principales ventajas para exportar a Estados Unidos

La Región tiene para ingresar en el mercado de Estados Unidos sectores competitivos en la agroindustria, la industria y la minería; y cuenta con capacidad en los exportadores para mantener los mercados con mejores productos.

1. La Región tiene sectores competitivos. La Cámara de Comercio de Bogotá, con el propósito de contribuir a dimensionar el impacto del TLC y sus oportunidades para los empresarios de la Región contrató un estudio para identificar el impacto del TLC en la Región. Entre los resultados se encontraron³⁴:

a. Que la Región cuenta con 26 sectores competitivos³⁵ en la industria y la minería: Destilación, rectificación y mezcla de bebidas espirituosas; fabricación de tejidos de punto; fabricación de artículos de pulpa, papel y cartón n.e.p.; imprentas, editoriales; textiles n.e.p.; productos de cuero y sucedáneos del cuero, excepto calzado; productos de arcilla para la construcción, preparación y tejido de pieles; productos farmacéuticos y medicamentos; vidrio y productos de vidrio; productos plásticos; jabones y otros productos de tocador; abonos y plaguicidas; productos minerales no metálicos, n.e.p.; muebles y accesorios, principalmente metálicos; objetos de barro, loza y porcelana; aceites y grasas vegetales y animales, excepto manteca; productos químicos n.e.p.; artículos de madera y de corcho n.e.p.; material de transporte n.e.p.; productos metálicos n.e.p.; excepto maquinaria y equipo; productos alimenticios diversos; curtidurías y talleres de acabado; explotación de minas de carbón; hilado, tejido y acabado de textiles y productos lácteos. Con 11 segmentos en la agri-

cultura y la agroindustria: flores, papas, papas procesadas, aceites de oleaginosas, leche fresca y en polvo, bananos y plátanos, plantas vivas (sin flores), pescados y crustáceos, preparaciones alimenticias n.e.p., frutas (sin bananos plátanos) y confites (véase cuadro 6).

b. En la industria y la minería, Estados Unidos tiene alta complementariedad³⁶ en 17 de los 26 sectores competitivos de la Región (véase cuadro 6). En el sector agropecuario y agroindustrial, la complementariedad se da para siete de los once productos competitivos: flores, bananos y plátanos, papas procesadas, papas, pescados y crustáceos, confites y plantas vivas (sin flores).

c. La Región también tiene sectores con potencial exportador³⁷, pero necesitan mejorar su competitividad. En la industria y la minería se identificaron ocho: prendas de vestir, excepto calzado; muebles y accesorios, excepto metálicos; joyas y artículos conexos; envases de madera, caña y artículos menudos de caña; bebidas no alcohólicas y gaseosas; confecciones de materias de textiles, excepto prendas de vestir; sal y equipos ferroviarios. En los sectores agropecuario y agroindustrial, los segmentos con potencial exportador son: cacao, azúcares en bruto de caña, panela y raspadura, molinería, café, té, yerba mate y especias.

2. La actividad exportadora de la Región ha estado determinada por las mejoras en el producto. Para los empresarios de la industria de la Región el acceso y permanencia en el mercado de Estados Unidos está asociado a productos de mayor calidad y mejor presentación, con certificación de calidad, oportunidad en la entrega y mejores precios que los de la competencia.

34. Véase, el estudio elaborado para la CCB por Fedesarrollo (2004). *Tratado de Libre Comercio Colombia - Estados Unidos: análisis del impacto económico sobre la región Bogotá - Cundinamarca*. CCB. Bogotá, Colombia. Mimeo.

35. La competitividad se basa en el Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) y compara la participación de un producto determinado en un país, con la participación de las exportaciones mundiales de ese mismo producto en las exportaciones mundiales. Es decir, el Índice es mayor a 1 si el producto es competitivo.

36. La complementariedad relaciona la especialización de las exportaciones de la Región en un bien determinado con la especialización de las importaciones de Estados Unidos en ese mismo bien; por tanto, existe complementariedad cuando Estados Unidos es un buen comprador de productos competitivos de la Región.

37. A este grupo de sectores pertenecen los que tienen un IVCR menor a 1 y una balanza comercial positiva, es decir, aunque no son competitivos, son exportadores netos.

C. Principales problemas para exportar a Estados Unidos³⁸.

Los empresarios de la Región han identificado diversos problemas para ingresar con sus productos en Estados Unidos. Asociados con el deficiente conocimiento del mercado, dificultades de transporte y de gestión empresarial y barreras de carácter no arancelario. Los principales problemas identificados fueron:

1. Deficiente conocimiento del mercado. En la encuesta a los empresarios de la industria en la Región, el 78% manifestó que no exportaba a Estados Unidos³⁹. Entre las razones se encuentran la falta de conocimiento sobre la comercialización del producto en ese mercado.

En consecuencia, se requiere ampliar la información de las entidades que apoyan el comercio exterior en temas como: situación del comercio, requisitos y ventajas del mercado, divulgación de líneas de crédito para exportar y condiciones de acceso, inteligencia de mercado especializada por productos y nichos según tendencias de la demanda, características, fortalezas y debilidades de los competidores, costos de transporte y estrategias de acceso y posicionamiento entre otros aspectos.

2. Exigencias para el ingreso al mercado de Estados Unidos. Los requisitos que deben cumplir los empresarios para el ingreso de sus productos, porque no tienen capacidad para cumplir los estándares y volúmenes exigidos por los importadores norteamericanos. Es decir, las empresas tienen dificultades de logística, de tecnología y capacidad de producción.

Para corregir estas desventajas, los empresarios consideran necesario adoptar procesos de reconversión

productiva (nuevas tecnologías, renovar equipos, mejores sistemas de control de calidad, mayor especialización de líneas de producción, aumentar la escala de producción, entre otros) y una mayor orientación de su producción hacia los mercados internacionales. Se requiere fortalecer la conformación de redes empresariales para responder a la demanda y ofrecer productos con alto valor agregado.

3. Barreras fitosanitarias para la exportación de los productos agrícolas y de la agroindustria. En la agroindustria preocupan las exigencias de certificación de calidad y de tratamientos cuarentenarios para ingresar los productos agrícolas al mercado norteamericano, porque dejan sin posibilidad de competir a la mayoría de las Mipymes, que requieren grandes inversiones de capital y en el recurso humano para cumplirlas.

En síntesis, la promoción de las exportaciones hacia Estados Unidos se debe acompañar con procesos de reestructuración empresarial y programas que impulsen la asociatividad vertical y horizontal de la cadena, para desarrollar economías de escala, realizar la compra conjunta de insumos, participar en ferias internacionales, entre otros. Además, es indispensable avanzar en los proyectos de infraestructura y logística que viene adelantando el Comité Asesor Regional de Comercio Exterior CARCE de Bogotá - Cundinamarca, y fomentar la capacitación y la información sobre las características del mercado de Estados Unidos y las posibilidades para los empresarios de la Región.

38. Ver encuesta realizada por Fedesarrollo para el estudio de la CCB sobre el impacto del TLC en la región y ocho talleres realizados en el 2004, en la CCB, con empresarios de los sectores, hortofrutícola, lácteos, metalmecánica, industrias gráficas, textiles y confecciones, cuero y calzado, químicos, y servicios de salud.

39. CCB – Fedesarrollo (2004). Op. Cit.

Cuadro 6

Bogotá y Cundinamarca, sectores competitivos
Valores en miles de US\$

DESCRIPCIÓN	EXPORTACIONES A USA	IMPORTACIONES DE USA	COMPLEMENTARIEDAD CON USA
Agropecuaria	491,199	135,101	
Pescado, crustáceos y otros animales marinos y de agua dulce	55	440	
Cacao y fabricación del chocolate y artículos de confitería	919	214	
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas espirituosas	51	277	
Textiles de punto	19,923	1,541	X
Artículos de pulpa, papel y cartón N.E.P.	260	10,527	X
Imprentas, editoriales e industrias conexas	15,427	9,984	X
Textiles no clasificados en otra parte	3,872	7,870	X
Productos de cuero, excepto calzado	18,004	267	X
Productos de arcilla para la construcción	17,267	531	X
Industria de la preparación y tejido de pieles	746	5	
Productos farmacéuticos y medicamentos	252	55,678	X
Objetos de vidrio y productos de vidrio	9,428	4,910	X
Productos plásticos N.E.P.	41,141	29,204	X
Jabones, perfumes, cosméticos y otros	488	10,228	X
Abonos y plaguicidas	41	24,374	X
Productos minerales no metálicos	5,990	3,572	X
Muebles y accesorios metálicos excepto lámparas	4,275	1,118	X
Objetos de barro, loza y porcelana	6,400	334	X
Aceites y grasas vegetales y animales	875	9,806	
Productos químicos N.E.P.	488	66,552	
Artículos de madera y de corcho N.E.P.	304	618	X
Material de transporte N.E.P.	-	107	X
Productos metálicos N.E.P. excepto maquinaria y equipo	5,336	21,282	X
Productos alimenticios diversos	2,377	18,697	
Curtidurías y talleres de acabado	2,886	19	
Explotación de minas de carbón	488	35	
Hilado, tejido y acabados de textiles	11,392	30,058	
Fabricación de productos lácteos	219	1,255	
Resto	242,251	1,711,408	
Total	902,353	2,156,010	

Fuente. Cálculos Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB, con base en datos del DANE y Fedesarrollo.

D. Infraestructura y costos de transporte

La infraestructura de transporte es un factor que incide de manera notoria en la competitividad de las exportaciones, por su impacto en el manejo y oportunidad de entrega del producto y por su incidencia en el costo final de éste. Por tanto, el transporte es un insumo esen-

cial en el proceso exportador y la disminución en sus costos es un aliciente para las exportaciones. En esta sección se presentan los principales aspectos de la infraestructura y de los costos del transporte en la Región y su relevancia para la actividad exportadora.

1. Infraestructura de transporte

La movilidad de los productos de la Región para su exportación depende en gran parte del transporte aéreo y terrestre. Cerca del 70% del valor de las exportaciones se realiza por vía aérea: Las exportaciones de flores, en su totalidad se hacen por esta vía; y en otros sectores, más de una tercera parte: metálica básica (72%), textiles y confecciones (46,5%), imprentas y editoriales (35%) y maquinaria y equipo (35,2%).

Para los empresarios de la Región los costos de transporte nacionales son elevados, el recorrido es inseguro y el estado de las vías es de alto riesgo por la precariedad de algunos tramos. Las tarifas son elevadas y es baja la frecuencia del transporte internacional.

Consideran que, asegurar mejores condiciones de transporte es un tema prioritario para la competitividad de las exportaciones de la Región. En la agenda interna de la Región y en el Plan Estratégico Exportador se ha identificado como prioritarios los siguientes proyectos: Concesión del aeropuerto El Dorado, Operación Estratégica Fontibón Aeropuerto El Dorado - Engativá - Aeropuerto Guaymaral, Distrito de Riego La Ramada, Doble Calzada Bogotá Girardot, Centro Logístico CELTA, Puerto Multimodal Puerto Salgar - La Dorada, Túnel de la Línea, Corredor Vial Tobiagrande - Puerto Salgar, Ampliación de la Carretera Briceño - Sogamoso, Navegabilidad del Río Magdalena y Plan Maestro de Movilidad Regional. También se requiere la modernización de la Aduana y la simplificación de los trámites para el comercio exterior.

Para la mayoría de los productos de Bogotá-Cundinamarca, el aeropuerto El Dorado es la principal vía para llegar a los mercados externos y en particular al de Estados Unidos⁴⁰. Y con mayor razón

si se tiene en cuenta que la Región está en proceso de transformar su oferta exportable hacia productos con mayor valor agregado, que requieren una infraestructura aeroportuaria más moderna⁴¹.

En la actualidad, la capacidad de carga del aeropuerto es pequeña para responder a las necesidades de los exportadores de la Región, y a las proyecciones de crecimiento de la demanda.

El transporte terrestre de carga desde la Región a los puertos exige recorrer aproximadamente 1.000 kilómetros (Bogotá - Cartagena) y un tiempo considerable. Los estudios señalan que este modo de transporte no dispone de acondicionamiento de descanso para los conductores, ni centros de transporte con instalaciones logísticas de apoyo⁴², lo cual incrementa los costos y la seguridad de la carga.

En Estados Unidos, el exportador encuentra una red de infraestructura de transporte que facilita el acceso de sus productos a la mayoría de los centros de distribución y de consumo. Para los exportadores colombianos, los principales centros de acceso son los puertos de: Jacksonville, Miami, Port Everglades, Nueva York, Houston, Los Ángeles y Long Beach; que cuentan con infraestructura y estándares de eficiencia elevados⁴³.

2. Costos de transporte

Los costos de transporte son determinantes en la competitividad de los productos de la Región. Las deficiencias en el transporte interno se traducen en costos adicionales que los encarecen. Como lo señala el Plan Estratégico Exportador de Bogotá y Cundinamarca, es menos costoso transportar un contenedor de carga de Cartagena a Miami (EE.UU.), que de Bogotá Cartagena⁴⁴,

40. Acevedo, Jorge (2003). *Perspectivas del transporte en Bogotá y Cundinamarca*. CCB, Bogotá. Colombia. Mimeo. Véase también sobre la situación del transporte y sus perspectivas, el estudio del Banco Mundial (2004). *Colombia, Recent Economic Developments in Infrastructure*, REDI. Banco Mundial, Washington. Estados Unidos.
41. CARCE (2004). Ajuste al Plan Estratégico Exportador de la región Bogotá-Cundinamarca. CARCE. Bogotá. Colombia.
42. ECA (2005). Megaproyecto Agroindustrial de Bogotá y Cundinamarca. Informe de la misión logística. ECA, Bogotá. Colombia. Mimeo.
43. Véase al respecto una descripción sobre los servicios que ofrece cada uno de estos puertos en: Proexport. (2005) Perfil de logística desde Colombia hacia Estados Unidos. Proexport, Bogotá. Colombia. En www.proexport.com.co.

enviar una tonelada de carga desde Buenaventura a Los Ángeles en Estados Unidos cuesta US\$30, y desde Bogotá a ese puerto US\$34.

Así mismo, los costos fijos⁴⁵ por mantener un tractocamión son de \$5'706.713,85 mensuales y el transporte de una tonelada entre Bogotá y Cartagena tiene un costo total de \$94.110 (en el 2003)⁴⁶ y hasta Buenaventura \$78.228 (véase cuadro 7). Las tarifas para el transporte marítimo

dependen de la clase (refrigerado o no) y del tamaño del contenedor. Para un contenedor refrigerado de 40 toneladas, el costo de transporte de Cartagena a Nueva York es de US\$3.500 y a Miami de US\$3.000.

En el transporte aéreo, el costo depende del tipo de productos y del peso de la carga, por ejemplo la tarifa por transportar de Bogotá a Nueva York una carga de más de 1.000 Kg. es de US\$1.33 para flores; (Es decir, si se transportan 1.500 Kg. El flete será de US\$ 1,995) US\$1.35 para carga general y US\$1.09 para textiles (véase cuadro 8).

Cuadro 7

Componentes del costo de un tractocamión
Carga de 35 toneladas, valores en pesos.

COSTOS	2003
Consumo de combustible	701.62
Consumo de llantas	354.05
Consumo de lubricantes	57.34
Consumo de filtros	37.94
Mantenimiento y reparaciones	384.50
Lavado y engrase	43.20
Imprevistos	65.78
COSTOS VARIABLES KM	1,644.43
Seguros	2,045,956.77
Salarios y prestaciones básicas	978,249.07
Parqueadero	125,833.20
Impuestos de rodamiento	31,443.75
Recuperación de capital	2,525,231.06
Gastos de administración	-
COSTOS FIJO MES	5,706,713.85

Fuente: Ministerio de transporte, subdirección operativa de transporte automotor.
Nota: no se incluyen peajes y combustible porque dependen de la ruta.

44. CARCE. CCB y Araujo Ibarra y Asociados (2001). Base técnica para la formulación del Plan Estratégico Exportador de la Región de Bogotá y Cundinamarca, con énfasis en la vocación exportadora regional y proyectos estratégicos regionales de exportación. Informe final. Bogotá. Colombia.
45. Las tarifas y costos que se mencionen en este trabajo deben tenerse en cuenta solo como datos indicativos.
46. Véase Ministerio de Transporte (2003). *Actualización de costos de transporte de carga*. Ministerio de Transporte. Bogotá. Colombia.

Cuadro 8

Tarifas aereas de Bogotá hacia Estados Unidos. 2004

TIPO DE CARGA	AEROPUERTOS									
	ATLANTA		MIAMI		NUEVA YORK		HOUSTON		LOS ANGELES	
	-45 KG	+ 1000 KGS	-45 KG	+ 1000 KGS	-45 KG	+ 1000 KGS	-45 KG	+ 1000 KGS	-45 KG	+ 1000 KGS
ARTESANIAS	0.00	0.85	0.00	0.75	2.81	1.00	0.00	1.00	0.00	1.21
CARGA GENERAL	3.02	0.89	2.32	0.80	0.00	1.35	3.86	1.05	0.00	1.44
CUEROS	0.00	0.89	0.00	0.74	2.81	1.10	0.00	1.05	0.00	1.16
FARMACEUTICOS	0.00	0.90	0.00	0.55	0.00	0.85				
MEDICAMENTOS			0.00	0.60						
PLASTICOS			0.00	0.60						
FLORES	3.93	1.73	2.82	1.73	3.64	1.33	4.06	1.19	3.91	1.53
FRUTAS Y VERDURAS	0.00	0.93	0.00	0.99	0.00	1.00				
FRUTAS			2.32	0.79	2.81	1.09				
PULPA DE FRUTA			0.00	0.68						
VERDURAS			2.32	0.79	2.81	1.09				
IMPRESOS	0.00	0.80	0.00	0.65	2.81	0.99				
LIBROS			0.00	0.60						
PECES	0.00	0.94	2.24	0.80	2.73	1.36			0.00	1.73
PECES VIVOS			0.00	0.80						
TEXTILES	0.00	0.86	0.00	0.77	2.81	1.09	0.00	1.02	0.00	1.23
PECES	0.00	1.05								
PERECEDEROS			0.00	0.68					3.29	1.20
CONFECCIONES			2.24	0.50						
ESPARRAGOS			0.00	0.68						
MENAJE			0.00	0.60						

Fuente. Elaborado por la Dirección de Estudios de Investigaciones de la CCB, con datos de Proexport y prestatarios de servicios - aerolíneas.

Nota. Las tarifas deben tomarse únicamente como referencia.

V. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE LAS EXPORTACIONES REGIONALES HACIA ESTADOS UNIDOS

- Estados Unidos es para Colombia y para la región Bogotá Cundinamarca el primer socio comercial, hacia donde se dirige el 39% de las exportaciones del país y el 34% de las de la Región.
- La región Bogotá – Cundinamarca se ha posicionado como la primera en el comercio exterior a Estados Unidos. En el 2004 las exportaciones más las importaciones representaron el 27% del comercio exterior de Colombia con Estados Unidos.
- La balanza comercial entre Estados Unidos y la región Bogotá – Cundinamarca, ha sido tradicionalmente deficitaria para la Región. Entre el 2000 y el 2004, la Región importó en promedio anual US\$2.047 millones y exportó US\$729 millones, con lo cual el déficit de la balanza comercial para la Región fue -US\$1.318 millones.
- La dinámica de las exportaciones de la Región ha sido creciente. Entre el 2000 y el 2004, las exportaciones regionales a Estados Unidos crecieron 10.3%, y se espera que en el 2005, superen a los US\$1.000 millones.
- Las preferencias arancelarias han sido fundamentales para el crecimiento de las exportaciones de la Región. Las exportaciones con preferencias se diversificaron y aumentaron su participación en el valor de las exportaciones totales de la Región a Estados Unidos.

- La economía de la Región necesita crecer a tasas superiores al 5%, y para alcanzar esta meta, requiere que el sector externo, crezca más y que la participación de las exportaciones en el PIB lleguen a ser, por lo menos, el 25%.

Las perspectivas de las exportaciones de Bogotá y Cundinamarca en el mercado de Estados Unidos son positivas: En los últimos diez años, las exportaciones de la Región hacia Estados Unidos crecieron en promedio anual 6,2%, y este crecimiento puede ser mayor en el marco de un TLC, con el cual se prevé que agregará 3,4% más al crecimiento actual de las exportaciones regionales y 2,1% más al de las importaciones.

La región Bogotá – Cundinamarca para incrementar la participación de las exportaciones en el mercado de Estados Unidos tiene condiciones favorables, para lo cual debe aprovechar:

- a) El tamaño del mercado de Estados Unidos: es el más grande del mundo en importaciones; tiene un ingreso per cápita que supera en 19 veces el de Colombia; y la tercera parte de las exportaciones de la Región se dirigen a ese país.
- b) La mayor parte de sus productos tiene cero arancel, con las preferencias arancelarias ATPA-ATPDEA.
- c) En varios productos en los que la Región tiene producción y no se están exportando al mercado estadounidense, los productos de la Región tienen amplias oportunidades de mejorar su participación.
- d) Existen en la Región 26 sectores competitivos en la industria y la minería, y 8 sectores con potencial exportador en ese mercado. Así mismo, en la agricultura y la agroin-

dustria, la región cuenta con 11 segmentos competitivos y 4 con potencial exportador en el mercado de Estados Unidos. En éstos sectores y segmentos productivos, actualmente, la región registra exportaciones muy bajas en el mercado de Estados Unidos.

- e) Las oportunidades para diversificar la oferta exportable. En el 2004, los 1.513 productos exportados a Estados Unidos representaron el 81% más que en 1996, la mayoría de los nuevos productos son de la industria manufacturera.

En el marco de una estrategia de crecimiento económico apoyado en el sector externo y en el fortalecimiento de sus ventas hacia Estados Unidos, la Región requiere orientar su oferta exportable y consolidar el crecimiento de sus exportaciones tanto en valor como en volumen para mejorar su participación en el mercado estadounidense. Para ello se requiere:

- Aumentar la oferta exportable en productos de la industria, la minería y la agroindustria que tienen ventajas competitivas para orientar las exportaciones hacia productos con mayor valor agregado.
- Mejorar la infraestructura de transporte que esta generando sobre costos y reduciendo la competitividad, debido a la baja frecuencia del transporte internacional, la precariedad de varios tramos de las vías terrestres y las altas tarifas, en especial del transporte de carga por vía aérea.
- Que el aeropuerto El Dorado se modernice con una visión internacional para convertirlo en el "hub" principal de pasajeros y de carga de América Latina. Es decir que, en carga, se requieren inversiones para

que el aeropuerto pase de movilizar 477 mil toneladas a 2 millones de toneladas al año en el 2020, de acuerdo con las proyecciones de crecimiento del comercio del Plan Estratégico Exportador de la región.

- Dar prioridad a la solución de problemas relacionados con la logística, porque este es un factor determinante para la competitividad de las empresas de la Región que exportan bienes agroindustriales y manufacturados, que requieren de procesos logísticos más especializados.
- Mejorar las condiciones de acceso al mercado estadounidense para sectores como el hortofrutícola y los de químicos y alimentos, entre otros. Esto significa la reducción de aranceles, y la disminución de las barreras técnicas, que constituyen el mayor obstáculo.
- Mejorar la calidad, los precios, la presentación y el cumplimiento de las normas para consolidar y posicionar los productos en los mercados en Estados Unidos.

VI. ACCIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ PARA APOYAR EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LA REGIÓN

La Cámara de Comercio tiene como uno de sus propósitos más importantes promover la participación de los empresarios de Bogotá y la región en los mercados internacionales. Para ello, brinda un apoyo integral que les permite fortalecer su competitividad y productividad y prepararse para enfrentar con éxito los retos y desafíos de la internacionalización económica. La CCB apoya la participación de los empresarios a través de las siguientes acciones:

Identificación de oportunidades comerciales para diversificar la oferta exportable de la región.

La CCB promueve entre los empresarios el conocimiento de los acuerdos comerciales, condiciones de acceso y oportunidades para la producción regional⁴⁷. Para ello la entidad realiza estudios especializados que le permiten desarrollar proyectos para incrementar nuevas exportaciones.

En el 2004, con la elaboración de un estudio se identificaron las oportunidades para los empresarios de la región en el mercado de Estados Unidos⁴⁸. El estudio se difundió a través de talleres, foros y seminarios, de los que se recogieron propuestas de los empresarios y se incorporaron a los resultados del mismo.

Así mismo, la CCB y el CARCE, han promovido el Megaproyecto Agroindustrial de Bogotá y Cundinamarca⁴⁹

como la estrategia para consolidar un cluster agroindustrial de exportación en la región, que permita incrementar las exportaciones agroindustriales, integrar al mercado internacional los pequeños, medianos y grandes productores, y otros sectores prestadores de servicios como insumos, informática especializada, transporte, metal-mecánica, diseño, servicios financieros, entre otros⁵⁰.

La meta del Megaproyecto es que la región aumente las exportaciones de US\$50 millones en el 2004 a US\$1,500 millones en el 2015, con productos de valor agregado en frutas, hortalizas y hierbas aromáticas y generar 165 mil nuevos empleos. Esta meta implica pasar de utilizar 500 hectáreas a 60.000 hectáreas certificadas para exportación: producción orgánica (10%) y el resto en producción limpia, BPA⁵¹. La distribución de las ventas: productos procesados (70%) con valor agregado y en productos frescos (30%).

Por otro lado esta estrategia se apoya en el trabajo que viene desarrollando el Centro de Excelencia Fitosanitario - CEF⁵² que aprobó (el 25 de junio de 2005) la exportación de dos nuevos productos en la lista de frutas y hortalizas permitidas procedentes de Colombia: la uchuva y la Pitahaya, permitiendo el tratamiento en frío como método para mitigar las plagas en la uchuva y el de vapor caliente para la pitahaya colombiana. La reglamentación propuesta fue publicada en Agosto de 2002 en el "Code of Federal Regulations".

Para adecuar la plataforma de infraestructura logística y de servicios

En el marco del CRC, la CCB en asocio con la Alcaldía de Bogotá y la Gobernación ha participado en la construcción de la Agenda Interna para

47. Actualmente se están desarrollando los procesos de internacionalización dirigidos a las empresas que hacen parte de las siguientes cadenas productivas prioritarias para la región: textil-confección, salud de alta complejidad, biotecnología, cuero y calzado, turismo, educación superior, productos orgánicos, alimentos, metalmecánica y obras de ingeniería civil y la implementación del desarrollo de una labor de sensibilización frente a la Unión Europea y la región Asia-Pacífico.

48. Véase el estudio de Fedesarrollo elaborado para la CCB en el 2004: *Tratado de Libre Comercio Colombia - Estados Unidos: análisis del impacto económico sobre la región Bogotá y Cundinamarca*. CCB. Bogotá. Colombia. Mimeo.

49. La consultoría fue realizada por la empresa española ECA Global, con la participación de nueve expertos internacionales, en los siguientes temas: producción agrícola, agroindustria, organización de pequeños productores, sistemas de información, logística, distritos de riego, planes de negocios, mercadeo y comercio internacional.

50. CARCE (2005). Boletín, No. 1, CARCE. Bogotá, Colombia, julio.

51. BPA: Buenas Prácticas Agrícolas.

52. El Centro de Excelencia Fitosanitario es el centro creado el 31 de julio de 2002 de manera conjunta por Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA- APHIS), la Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo internacional (USAID) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), con el fin de implementar los esquemas de análisis de riesgos y el sistema de información geográfica necesarios para apoyar la exportación de productos agrícolas desde Colombia.

Bogotá y Cundinamarca⁵³ y en la identificación de los proyectos y estrategias para la internacionalización de la región. La Agenda Interna Regional identifica 38 proyectos que deben adelantarse en la región para facilitar la actividad productiva y contribuir a disminuir las dificultades que tienen los exportadores para llevar a cabo su actividad. En infraestructura se han identificado 16 proyectos: concesión del Aeropuerto El Dorado, operación estratégica Fontibón Aeropuerto El Dorado - Engativá Aeropuerto Guaymaral; Distrito de Riego La Ramada; doble calzada Bogotá - Girardot; Centro Logístico CELTA; Puerto Multimodal de Puerto Salgar - La Dorada; El túnel de la Línea; corredor vial Tobiagrande - Puerto Salgar; ampliación carretera Briceño Sogamoso; navegabilidad del río Magdalena; Plan Maestro de Movilidad Regional.

En particular con respecto a la modernización del Aeropuerto El Dorado, la CCB y la mesa de infraestructura y logística del CARCE han liderado el seguimiento y estudio del proceso de concesión del aeropuerto, el conocimiento de experiencias de América Latina y de Estados Unidos en el manejo de concesiones, y presentado a las autoridades nacionales, distritales y departamentales propuestas e iniciativas para asegurar que la concesión incorpore las proyecciones de crecimiento de las exportaciones de la región.

Para adecuar el entorno institucional a las necesidades competitivas

La CCB en alianza con las autoridades nacionales, distritales y departamentales ha liderado acciones para reducir los costos de transacción y facilitar la actividad exportadora. La acción de la entidad se ha orientado a la simplificación de los trámites de comercio exterior. Por ello, la CCB apoyó la creación de la Ventanilla Única de Comercio Exterior,

VUCE. La VUCE es un sistema por medio del cual se permite que los permisos, certificaciones o vistos buenos previos, que exigen las diferentes entidades (intervienen 18) en las operaciones de importaciones y exportaciones, sean realizados por vía Internet. El sistema garantiza la seguridad tecnológica y jurídica de los diferentes trámites al incorporar la firma digital, y permite, además, el pago electrónico en línea. La VUCE tiene las siguientes ventajas: reduce costos y tiempo en la realización de los trámites de comercio exterior; el empresario puede utilizar el servicio las veinticuatro horas del día y todos los días del año; los empresarios, desde sus oficinas, puedan ver el estado y/o avance de los trámites; y se suprimen las operaciones en papel, a partir de noviembre del 2005.

La CCB también facilita a los empresarios la posibilidad de establecer contacto directo con funcionarios de primer nivel de las entidades públicas nacionales y distritales de manera que puedan encontrar solución a sus dificultades. Para ello, creó (2003) los consultorios empresariales, los cuales son desarrollados en conversatorios y sesiones pedagógicas sobre temas identificados como prioritarios con los empresarios: comercio exterior, aduanas, seguridad social, tributarios y empleo. En el 2004 se desarrolló el segundo Consultorio Empresarial. En este evento se hizo seguimiento a los compromisos adquiridos en el anterior consultorio y se identificaron nuevos problemas.

Con el propósito de dar respuesta inmediata a los problemas identificados en los temas de impuestos, aduanas y comercio exterior, la CCB facilitó la realización de cuatro audiencias con más de 6.000 empresarios y funcionarios de primer nivel de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN; y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

53. Consejo Regional de Competitividad Bogotá Cundinamarca (2005): Agenda Interna para la productividad y competitividad de la región Bogotá Cundinamarca. Resumen Ejecutivo. Bogotá, Colombia.

Adicionalmente la entidad realiza la veeduría a la creación y funcionamiento de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y a la implementación del Formulario Único de Comercio de Comercio Exterior con el objetivo de evaluar el cumplimiento y la eficiencia en su implementación y presentar oportunamente las recomendaciones de los empresarios a las autoridades nacionales.

Para promover el conocimiento de las oportunidades y el acceso de los empresarios al comercio exterior

La CCB para que los empresarios de Bogotá y la región identifiquen oportunidades comerciales con otros países y establezcan contacto directo con potenciales clientes, promueve la participación de los empresarios en misiones al exterior y ruedas de negocio. Cada misión consiste en un grupo organizado de empresas pertenecientes a un mismo sector que viajan al exterior y establecen contactos comerciales con sus contrapartes de otros países. Entre el 2004 y hasta agosto del 2005 la CCB realizó 26 misiones. Las ruedas de negocios, son eventos realizados en Colombia con empresarios del exterior que quieren establecerse o hacer negocios con empresarios en el país. En el 2004 y hasta agosto del 2005 se realizaron 9 ruedas de negocios. La entidad desarrolla en forma permanente foros de sensibilización en los que participan representantes de las embajadas y de las oficinas comerciales de otros países.

Para apoyar y facilitar el acceso de los empresarios a los mercados internacionales, la CCB desarrolla el programa de apoyo a la globalización⁵⁴ para preparar a las empresas de la región frente a este proceso y en particular frente a las

oportunidades derivadas del ATPDEA y el futuro Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. El empresario puede participar en este programa a través de los siguientes ejes de trabajo: vinculación (información, orientación, y sensibilización sobre el nuevo escenario de negocios); preparación (preparar y fortalecer integralmente a las empresas), proyección (generar espacios comerciales adecuados y favorables para incrementar las ventas en el exterior) y negociación, mediante actividades, talleres, seminarios, publicaciones y asesorías.

Así mismo, la CCB para contribuir a mejorar los niveles de conocimiento de los empresarios, las autoridades y la comunidad desarrolla en forma permanente estudios e investigaciones sobre el desempeño de las actividades productivas, el mercado laboral, las exportaciones e importaciones de Bogotá y Cundinamarca. En el tema de comercio exterior, publica un informe anual sobre el sector externo y tres observatorios sobre el comportamiento coyuntural de las exportaciones, para que los empresarios identifiquen los principales mercados de destino, los productos más importantes, la composición sectorial de las exportaciones e importaciones y la manera como se percibe la situación económica de las empresas exportadoras.

Con el propósito de posicionar a Bogotá como una región atractiva para la inversión, la Alcaldía mayor de Bogotá y la Cámara de Comercio de Bogotá han venido trabajando en la estrategia que permitirá unir esfuerzos entre los sectores público y privado para liderar proyectos de atracción de inversión, promover las exportaciones, promover la imagen internacional de la ciudad y la internacionalización de las empresas de Bogotá.

En desarrollo de estos objetivos la CCB con el apoyo de la Agencia

54. Cámara de Comercio de Bogotá (2004) *Proyecto de apoyo a la globalización*. CCB Bogotá, Colombia.



Multilateral de Garantías para la inversión, MIGA, del Banco Mundial elaboró un diagnóstico y un plan detallado de negocio y se están realizando los estudios específicos para la identificación en cinco sectores de las oportunidades existentes para atraer inversión. Así mismo, la alcaldía ha anunciado que presentará al Concejo Distrital el proyecto para crear la agencia encargada de la promoción de inversiones para la ciudad: "Bogotá Dinámica".

La Cámara de Comercio de Bogotá continuará apoyando a los empresarios y a las autoridades de la región a través del Comité Asesor Regional de Comercio Exterior CARCE, donde la CCB ejerce la Secretaría Técnica, y a través de sus programas institucionales para lograr que se cumplan las metas del Plan Estratégico Exportador de lograr que la región exporte en los próximos 10 años US\$10.500 millones.



Mayores informes

www.ccb.org.co/investigaciones
Línea de Respuesta Inmediata 3830330

Solicite las publicaciones por correo electrónico en estudios3@ccb.org.co
Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social
Dirección de Estudios e Investigaciones
Teléfono: 5941000, extensiones 1654 y 2771.

■ **Sede y Centro
Empresarial Salitre**
Avenida Eldorado 68D-35
Teléfonos: 3830300 - 5941000

■ **Sede y Centro
Empresarial Corferias**
Carrera 40 22C-67
PBX: 3445471 / 67

■ **Sede Fusagasugá**
Carrera 7 6-19, piso 2
Telefax: (1)8671515

■ **Sede Zipaquirá**
Calle 4 9-74
PBX: (1) 8524632 -
(1) 8523821

■ **Sede Cazucá**
Autopista Sur 12-92
PBX: 7801010

■ **Sede Paloquemao**
Carrera 27 15-10
Teléfono: 3603983

■ **Sede y Centro
Empresarial Cedritos**
Avenida 19 140-29
PBX: 5927000

■ **Sede Norte**
Carrera 15 93A-10
PBX: 6109988

■ **Sede Centro**
Carrera 9 16-21
Teléfonos: 5600280 -
3410989

■ **Sede Chapinero**
Carrera 13 52-30
Teléfonos: 2114085 -
3491590

■ **Sede Restrepo**
Calle 16 Sur 16-85
Teléfono: 3661114



Por nuestra sociedad